International Journal of K-Culture vol. 2, December 2022. pp.121~130
pISSN 2951-2808, eISSN 2951-2883 https://www.ijkculture.com, DOI: doi.org/10.23159/IJKC.2022.12.312.007

케이팝(K-Pop)의 현 주소와 미래

– 아리랑 라디오(Arirang Radio) 제작자 시각에서 –*

고민석**

1. 먼저 본인 소개를 부탁드립니다.

저는 1995년 SBS에 입사하여 라디오 PD로 근무하다 2011년 퇴사 후, 2012년부터 아리랑 라디오에서 라디오 PD로 일해 오고 있습니다. 퇴사 후에는 라디오 PD 일과 동시에, 다양한 음악관련 일들도 병행해 오고 있습니다. 일례로 최근에는 LCDC MUSIC이라는 유튜브 음악채널의 제작과 연출도 겸하고 있죠.

<사진1> 고민석 PD의 모습

2. 음악 관련된 일을 시작하게 된 계기가 있다면 이야기해 주세요.

어릴 적부터 음악을 좋아했어요. 초등학교 2학년 때부터 지금까지 늘 음악과 함께 해온 것 같습니다. 고등학교 때 처음 기타를 잡고 나서는 보다 본격적으로 음악을 접하고 연주하게 되었죠. 방송국에 입사한 뒤에는 라디오 프로듀서로서 보다 다양한 음악과 뮤지션을

---

* 이 글은 고민석 PD와의 인터뷰 중에서 K-Culture에 대한 내용의 일부만을 수록한 것이다.

** 아리랑 라디오(Arirang Radio) 제작국 프로듀서(PD), vsp69@hanmail.net

www.kci.go.kr

접하게 되고 전문적인 음악 프로그램들을 기획, 연출하게 되었습니다. 원래는 TV 프로듀서로 회사에 입사했었는데 음악과 관련된 일을 집중해서 해보고 싶다는 생각에서 일종의 이직을 한 것이었고, 그 일을 계기로 지금까지 음악관련 일들을 계속 해오고 있는 것 같습니다.

라디오로 옮길 당시 SBS는 FM 채널을 준비하고 있었고 저는 어찌 보면 운명적이라고 할 만큼 자연스럽게 그 준비팀에 들어가 한 채널의 탄생을 지켜보며 저의 음악적 행로를 예상해 볼 수 있었습니다. 그 뒤로는 훌륭한 선배 디제이와 프로듀서들에게서 많은 음악적 지식과 방송 노하우를 배우게 되었고 그것은 지금의 저를 만든 토양이 되었습니다. 2011년 퇴사 후에는 회사라는 틀에서 벗어나 보다 다양한 음악관련 일들, 예를 들어 공연기획, 레이블 설립 및 운영, 유튜브 음악채널의 기획 및 연출 등을 해오고 있습니다.

3. 라디오 방송 프로듀서란 어떤 일을 하는 것인지 이야기해 주세요.

일단 이 기회를 빌려 바로잡자면 일반적으로 PD, 프로듀서라 하는 사람들은 사실 프로그램 디렉터(Director)이고 채널 전체의 편성과 컨셉을 유지, 관리하는 데스크를 프로듀서라고 합니다. 크레딧에서 보자면 기획에 해당하는 직책이죠. 아무튼 라디오 PD란 채널이 추구하는 편성전략에 따라서 청취자들에게 사랑받을 수 있는 오디오 컨텐츠(지금은 비디오도 포함)를 제작하는 사람입니다. 그 컨텐츠는 주로 디제이(DJ)의 멘트와 선곡으로 구성되죠. 따라서 본인의 입을 빌어 컨텐츠를 전달하는 디제이를 캐스팅하고, 디제이 멘트의 바탕이 되는 원고를 작성하는 작가를 캐스팅하는 중요한 일도 수행합니다. 그리고 청취자들의 반응을 살피면서 프로그램이 흘러가야 할 방향을 조정합니다. 이러한 일들이 기본적인 라디오 PD의 업무라고 할 수 있습니다. 물론 새로운 도전을 잊어서는 안 되죠. 기존의 프로그램에만 머물러서는 청취자들의 사랑을 받을 수가 없습니다. 친숙함 속에서도 늘 새로운 형식과 내용의 프로그램을 기획하고 런칭해야 합니다. 어찌 보면 라디오PD의 근본적인 책무라고 할 수도 있겠습니다.

4. 연출했던 프로그램에 대해서 말씀해 주세요.

SBS 라디오에서 기획 및 연출했던 프로그램으로는 다음과 같은 것들이 있었습니다.

www.kci.go.kr

1998년 <김홍탁의 JAZZ STATION> 기획 및 연출

: 본격적인 Jazz Program. 지금까지 활발히 활동 중인 재즈보컬 웅산, 정말로 등을 Radio 최초로 캐스팅해서 출연시킴. Big Band 형식을 포함한 대규모 재즈콘서트를 2회에 걸쳐 기획 및 연출.

2000년 <You and the Night and the Music> 기획 및 연출, 진행(DJ)

: 연출과 동시에 직접 진행(DJ)을 맡았던 프로그램. Jazz와 World Music 그리고 Classic까지 다양한 장르의 음악을 다뤘던 음악 전문 프로그램.

2001년 <신해철의 GHOST STATION> 기획 및 연출

: 뉴욕(New York)에 있는 DJ의 개인 스튜디오에서 녹음한 파일을 업로드한 뒤 이를 다시 다운로드받아 편집하는, 새로운 제작방식의 프로그램. 존댓말을 사용하지 않고 부적절한 용어를 사용 시 Beep sound를 의도적으로 삽입했으며, 기존 라디오 프로그램과는 달리 솔직하고 직설적인 표현들을 사용함으로써, 청소년들 사이에 큰 반향을 일으켰던 프로그램.

<사진2> 신해철의 GHOST STATION 로고

2001년 <POPS CLUB 107.7> 기획 및 연출, 공동 진행(CO-DJ ing)

: 영국과 미국의 Pop Music과 Club Music을 전문적으로 소개하는 프로그램으로, Pop Music 프로그램을 전문적으로 연출해왔던 두 명의 디렉터(Director)가 직접 진행을 맡았음. 그동안 한국에서 소외되었던 다양한 장르의 음악을 소개했던 프로그램.

2003년 〈아름다운 이 아침 김창완입니다〉 연출 및 출연

2004년 〈이현우의 Music-Live〉 연출

2005년 〈정지영의 Sweet Music Box〉 연출

2006년 〈김태훈의 잠 못 드는 밤〉 기획 및 연출: 청소년과 20대를 위한 고민상담 프로그램

2007년 〈김정난의 Radio City〉 연출

www.kci.go.kr

2008년 〈김지영 남성진의 좋아 좋아〉 기획 및 연출

2009년 〈정선희의 Love-Fm〉 기획 및 연출 등이 있습니다.

5. 함께한 가수나 연예인들이 있다면 소개해 주시죠.

라디오로 옮겨서 보조연출로 처음 만난 디제이가 가수 윤종신이었습니다. 지금도 가끔 안부를 묻는 친구사이로 지내죠. 전 당시에 순수한 초보여서 윤종신에게 배운 부분이 많습니다. 그 뒤에는 성우출신 디제이셨던 임국희 씨와도 프로그램을 했었는데, 정말 많은 것을 배울 수 있었던 시기였습니다. DJ의 정석을 보여주셨던 분이라고 생각이 됩니다.

이후 김미숙, 유영석, 김창완, 신해철, 정지영 등 당시 SBS Power FM을 대표했던 디제이들과 프로그램을 같이 했습니다. 그러면서 90년대 이후 싱어송 라이터 씬에서 중요한 위치를 차지하는 윤상, 김동률, 이적 등의 뮤지션들과 교류했고, 또 다른 한편으로는 정말로, 웅산과 같은 재즈 뮤지션들과의 교류도 활발히 했습니다. 개인적으로 재즈를 좋아해 재즈 프로그램의 기획, 연출에도 꽤 많은 시간과 노력을 들였습니다.

6. 기억나는 에피소드가 있다면 이야기 해주세요.

〈김형준의 팝스클럽〉이란 프로그램을 먼저 이야기해야 할 것 같네요. 왜냐하면 김형준이란 디제이는 사실 이웃 방송국 CBS의 PD이기도 했기 때문에, 그를 스카우트하는 일은 단순한 디제이 캐스팅과는 큰 차이가 있었습니다. 좀 당황할 수도 있는 이웃 방송국으로부터의 제의를 기꺼이 승낙하고 타사에서의 새 출발을 감행해준 김형준님에게 다시 한 번 감사를 드리고 싶네요. 그 프로그램은 청취자들의 리퀘스트로 2시간이 꾸며지는 순수 팝 프로그램이었습니다. 주말에도 생방을 이어가면서 마니아층의 큰 사랑을 받았습니다.

다음으로 기억나는 에피소드로는 〈신해철의 고스트 스테이션〉이란 프로그램의 기획회의가 생각납니다. 사실 회의랄 것도 없었는데 한 시간 남짓한 시간동안 신해철과 농담처럼 이야기를 주고받았습니다. 컨셉은 좀 황당하고 장난스러웠는데 모든 언어를 반말로 하고 욕도 하고 비속어도 쓴다는 것이었죠. 다만 방송심의기준에 걸리는 부분들은 제가 '삐~' 처리를 하면서 편집하겠다고 했습니다. 그리고 청취자들을 충성도에 따라 계급적 신분을 부여한다는 재미있는 발상도 그에게서 나왔습니다.

그 프로그램은 형식적으로도 특이했는데 1차 제작은 미국 뉴욕에서 신해철이 전적으로

www.kci.go.kr

혼자 녹음을 했습니다. 저의 디렉팅은 전무한 상태이죠. 그리고 나서 파일을 업로드하면 제가 서울에서 다운로드해서 편집하는 방식으로 방송을 제작했습니다. 저의 심의를 거친 Clean Version의 방송은 SBS FM에서 새벽 2시에 방송되었고, 편집이 안 된 Dirty Version의 방송은 지금은 없어진 라이코스라는 인터넷 포털을 통해 방송되었습니다. 이젠 그가 곁에 없어서 더 그립기도 하고 애틋한 추억이 되었지만 정말 많은 사건 사고와 에피소드가 난무했던 방송이었습니다. 어떤 경우엔 오프닝과 함께 시작된 멘트가 50분이 넘게 계속되어 끝에 한 곡만 나가는 경우도 있었습니다. 놀라운 달변의 소유자이자 정말 잡학다식 했던 디제이로 기억합니다.

7. 본격적인 케이팝 관련 질문을 해보겠습니다. 지금의 케이팝의 시작은 어디로 볼 수 있을까요?

저는 1세대 아이돌의 탄생, 즉 서태지, SM의 아이돌 그룹이었던 HOT, SES 그리고 핑클 지오디, 젝스키스, 신화 등이 나왔던 90년대라고 답할 수 있겠습니다. 그렇게 보는 이유는 첫 번째 그들이 음악을 제작하고 팀을 유지, 관리하던 방식이 지금의 케이팝 문화에 많은 영향을 끼쳤기 때문입니다.

<사진3> SM 엔터테인먼트

일정한 시기의 휴식기와 컴백, 다시 오는 휴식기, 팬덤의 관리와 효율적인 마케팅 수단의 도입, 전문적인 메니지먼트 시스템과 전문인력의 서포팅 등이 이시기에 도입되기 시작했죠. 그전의 방식에서 규모적으로도 팽창하여 매출의 규모와 그에 따르는 수익구조도 달라졌습니다. 단순한 음반판매와 콘서트 수익에서 탈피해서 다양한 매출구조가 나오는 시점인 것이죠.

두 번째 이유로는 그 당시의 아이돌 그룹이 가지고 있었던 음악적 문법, 곡의 구조와 무대매너가 지금도 많은 후배 뮤지션들과 작곡가들, 안무가들에게 좋은 샘플이 되고 있기 때문입니다. 이 시기의 히트곡들 중에서 지금도 리메이크 되는 곡이 많은 것은 이러한 점을 방증한다고 하겠습니다.

www.kci.go.kr

또 한 가지 짚고 넘어가야 할 부분은 바로 팬덤의 조직화와 그 영향력입니다. 단순한 소비자, 리스너에서 벗어나 자신들의 아이돌그룹과 성장을 같이하며 그들을 키우고 동시에 소비하는 주체이자, 회사 입장에서는 매우 적극적이면서도 까다로운 마케팅의 타깃이 생겨난 것이죠. 지금의 케이팝 시장의 한 축을 담당하는 팬들의 성격이 바로 이 시기에 생겨나게 됩니다. 저는 이 모든 일들이 일어난 90년대의 국내 아이돌 시장을 케이팝의 시작으로 보고 있습니다.

8. 케이팝의 성장에 지대한 영향을 끼친 사람들 가운데 3명 정도를 꼽아 본다면 누구일까요?

우선 좀 전에도 언급했듯이 케이팝의 시작에 함께하고 있는 SM ENT의 수장 이수만 회장을 이야기해야 할 것 같습니다. 그는 무엇보다 엔터테인먼트 회사의 기업적 가치와 이미지를 일반 회사들 사이에서 공고히 한 인물입니다. 기업 가치를 제대로 논하고 매출과 성장을 예상할 수 있도록 한 측면은 기존의 엔터 회사들이 가진 한계를 극복했다고 볼 수 있고 무엇보다 장기적인 투자를 가능하게 했죠. 또한 메니지먼트와 홍보, 방송과 공연까지 전문 인력과 그들만의 조직문화를 구성하여 보다 체계화한 점도 높이 사야할 것입니다. 이러한 점들이 모여 가장 롱런하면서도 파워풀한 엔터회사를 만들었다고 봅니다. 물론 이러한 시스템 위주의 경영이 아티스트 관리과 계약에 무조건 적으로 좋기만 했던 것은 아니었고 부작용들도 나타나긴 했습니다. 그래도 지금의 케이팝이란 이름이 가능했던 글로벌 시장으로의 진출과 성공이란 면에서 이수만 회장의 역할은 지금까지도 높게 평가 받아 마땅합니다.

다음으로는 원더걸스로 미국 시장을 본격적으로 두드린 JYP의 박진영 프로듀서를 꼽을 수 있겠습니다. 수년간의 준비와 몇 년의 노력에도 불구하고 그 성과가 원하던 만큼에 도달하진 못했던 도전이었지만 미국 시장이라는 거대 자본의 시스템을 직접 겪어보며 얻은 노하우와 경험은 이후 후배 뮤지션들이 세계로 진출하는 데 훌륭한 교두보 역할을 했다고 봅니다. 또한 이후 다양한 국적의 걸 그룹인 트와이스와 남자 아이돌 그룹 스트레이 키즈 등의 성공으로 지금도 가장 선두에서 전 세계 케이팝 시장을 이끌고 있는 인물이라 하겠습니다.

끝으로 BTS가 소속된 하이브의 방시혁 이사회 의장을 꼽아야 하겠죠. BTS의 성공스토리를 여기서 이야기하진 않겠습니다만, 그 시작은 매우 외롭고 힘든 길이었던 사실을 기억합니다. 기존 아이돌 음악과는 많이 달랐고, 내용도 음악도 너무 철학적이면서 어둡기도 했죠. 지금에 와서 하이브의 성공 요인을 말하기란 너무 방대하고, 긴 스토리가 되었지만 결국

www.kci.go.kr

케이팝 성공신화의 귀결점은 BTS라고 하는데 이견은 없을 것입니다. 한 가지만 짚고 넘어가고 싶은 점이 있다면 프로듀서로서 방시혁은 BTS 멤버들 각자에게 음악적인 부분과 퍼포먼스 적인 부분에서 많은 자율권을 주었던 것으로 전해집니다. 지금은 세븐틴이나 여자아이들처럼 그룹 내에서 직접 음악을 만들고 프로듀싱하는 일들이 많아지고 있지만 BTS 초창기인 10년 전만 해도 드문 일이었죠. 스스로 선택하고 책임지는 뮤지션들로의 성장이 지금의 BTS를 가능하게 하지 않았나 생각합니다.

9. 초기 케이팝의 경우 부정적인 시각도 있었다고 봅니다. 너무 한국적인 특색에만 국한되었다거나, 천편일률적인 아이돌 그룹으로만 채워져 있다거나, 이 점에 대해선 어떻게 보십니까?

저는 그 부분이 케이팝의 절대다수를 차지하는 아이돌, 걸그룹의 특징이자 장르적 한계이지 부정적인 부분이라고 생각하진 않습니다. 그것은 마치 우리가 영미권 팝 중에서 댄스 뮤직만을 들으며 그 장르나 그 쪽 아티스트의 한계를 지적하는 것과 비슷하죠. 대한민국의 대중음악 씬은 그보다는 훨씬 역사가 깊고 장르도 다양하죠. 하지만 그 모든 것들이 사랑받을 수도 없고 그럴 필요도 없다고 봅니다. 우리가 이런 논의를 할 때에는 어느 정도 국내에서 케이팝을 바라보는 시선이 바탕에 깔려있다고 생각합니다. 왜냐하면 국내에서 케이팝의 성공과 독점은 장르적 다양성에는 좋지 않은 영향을 끼치기도 하니까요.

하지만 글로벌한 측면에서 본다면 해외의 케이팝 팬들에게는 새로운 자극이며 신선한 문화적 충격일 것입니다. 청소년층에게만 절대적으로 특화된 음악적 스타일이나 장르가 외국에는 많지 않거나 전무한 편입니다. 영미권의 보이그룹, 걸그룹도 유행이 지나면서 계속해서 생겨나진 않았죠. 뉴키즈 온 더 블록이나 스파이스 걸스가 그 뒤를 있는 후배 뮤지션들을 통해 명맥을 강력하게 유지하고 있지는 못하니까요. 원디렉션이란 최고의 보이그룹이 해체된 이후에 세계의 청소년들에겐 어찌 보면 타깃이 사라져 버린 느낌이기도 합니다. 바로 그런 시기와 공간을 케이팝이 조금씩 매워 나가면서 오늘날의 위치를 만들어 낸 것 아닌가 싶습니다.

10. 아리랑 PD의 입장에 본 해외 케이팝 팬들에 대해서 말씀해 주세요.

우선 그 영역, 케이팝을 듣는 전 세계적인 범위에 놀랄 수밖에 없다는 점을 먼저 말씀드리고 싶네요. 아리랑에서는 흔한 얘기로 케이팝은 남극, 북극을 제외하면 전 세계 모든 곳에서

www.kci.go.kr

듣는다고 이야기할 정도이니까요. 중국, 일본, 동남아시아, 남미, 북미, 유럽, 중동 그리고 북아프리카와 남아공까지 정말 전 세계에서 리퀘스트와 사연이 들어옵니다.

그래서 지금은, 예를 들어 컬투쇼에서 사연을 소개하는 것처럼, 재미있고 긴 사연을 소개하는 것도 가능해진 상황이죠. 거의 모든 편성에서 케이팝을 틀고 있는 아리랑의 특징상 대부분의 청취자들은 케이팝 팬들인데 나이도 성별도 매우 다양합니다. 20대 30대를 넘어 50대 60대 청취자들도 꽤 있는 편이죠. 그들은 케이팝에서 시작해서 케이드라마, 케이무비까지 자신들이 좋아하는 문화적 카테고리를 확장해 나가고 있고 그 깊이도 매우 심오해지고 있습니다. 예를 들어 리퀘스트만 보더라도 일반적으로 알려져 있는 아이돌 걸그룹의 대표 타이틀곡이 아닌 숨은 트랙들을 신청하거나 홍대를 중심으로 활동하는 인디뮤지션의 음악을 신청하는 경우도 자주 볼 수 있습니다. 시작은 아이돌 걸그룹에서 했지만 이제는 보다 다양한 장르와 영역에서 본인들만의 케이컬쳐를 즐기고 있다고 하겠습니다.

11. 그렇다면 해외가 아닌 한국 대중음악의 쏠림 현상에 대해서 어떻게 생각하시는지요?

다양한 장르의 음악이 골고루 사랑받지 못하는 현실을 말씀하시는 것이라면 우선 대중음악이 갖는 스타 의존성에 대해 이해할 필요가 있겠습니다. 현재로서는 한국의 대중음악은 절대적으로 아이돌 시장이 주도하고 있죠. 그리고 재투자가 이루어지고 더 높은 퀄리티의 음악과 무대, 뮤직비디오가 생겨나고 있습니다. 이렇게 선순환 구조로 오랫동안 지속되어온 아이돌 시장을 위협할 정도의 다른 음악장르가 생겨나려면 무엇보다 그 장르에서 슈퍼스타가 나와야 한다고 봅니다. 대중들은 장르 이전에 스타에 열광하기 때문이죠. 오디션 프로그램을 통해 이름을 얻게 된 스타들도 아직까지 그 명맥을 유지하고는 있지만 아이돌 걸그룹에 열광하는 팬 층을 위협하기에는 한계가 있습니다.

예를 들면 국내에는 아직 U2나 Coldplay와 같은 전 세계적인 사랑을 받는 록그룹이 존재하지 않습니다. 만일 생겨난다면 그동안 움직이지 않던 다른 팬층이 생겨날 것이고 그러면서 새로운 시장이 형성되고 비즈니스 적으로 투자가 이루어지는, 지금의 아이돌 그룹씬이 갖고 있는 파워와 시스템이 형성될 것입니다. 하지만 스타는 인위적으로 만들 수 있는 것이 아니죠. 따라서 나라별로 특정 장르에 더 강하고, 더 많은 스타들을 보유하기도 합니다. 물론 영국과 미국이 팝의 본고장이고 아직까지도 세계 팝음악을 주도하기 때문에 그들의 슈퍼스타가 우리의 슈퍼스타이긴 했지만, 케이팝이 그 흐름에 변화를 주었듯이, 언젠가는

www.kci.go.kr

우리의 록스타나 포크뮤지션이 전 세계의 슈퍼스타로 자리매김하는, 제2의 에드 쉬런이 한국에서 나오는 그런 날이 올 것이라고 생각합니다.

12. 케이컬쳐와 케이팝의 관계에 대해 이야기 해주시죠.

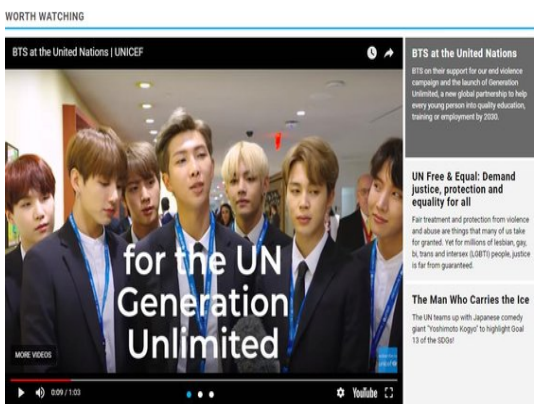
현재 저는 아리랑 라디오에서 케이컬쳐만을 특화해서 방송하는 〈데일리케이〉라는 방송을 연출하고 있습니다. 음악은 케이팝을 선곡하고 있구요. 그래서 어찌 보면 케이팝과 케이컬쳐에 대한 해외 청취자들의 다양한 욕구를 어느 정도는 잘 파악하고 있다고 생각합니다.

결론부터 말씀드린다면 케이팝은 해외 청취자들을 케이컬쳐로 안내하는 관문의 역할을 충실히 하고 있다고 하겠습니다. 특정 문화를 이해하는 데 있어 무엇보다 중요한 것이 언어라고 봅니다. 영어가 아닌, 다른 특정 언어에 친숙함을 느끼는 것이 바로 그 문화를 사랑하게 되는 시작점이라 볼 수 있고, 결국에는 그 문화를 깊이 이해하는 데 가장 중요한 도구가 바로 언어라고 할 수 있죠. 케이팝을 통해 그 가사의 의미와 뉘앙스에 심취하게 되고, 표현들과 발음에 친숙해 지면서 드라마나 영화에 대한 관심이 높아지는 것을 관찰할 수 있습니다. 쉽게 마음을 빼앗긴 노래 한 곡이지만 어찌 보면 케이컬쳐라는 큰 바다로 나아가는 시작에 서있는 샘이기도 한 것이죠. 물론 케이무비나 케이드라마를 먼저 접하고 뒤늦게 케이팝에 빠지게 되는 경우도 있겠습니다만, 언어를 가장 빠르고 효과적으로 전달하는 노래의 힘은, 아마도 문화를 잇는 첫 번째 매개체가 아닐까 싶습니다.

13. 케이팝의 지속적인 성장을 위해 무엇이 필요할까요?

역설적인 말씀을 드리고 싶은데요, 지금과 같이 케이팝이 계속해서 전 세계적으로 사랑받고 그 영향력을 행사하려면 무엇이 필요할까? 라는 질문에는 필요한 게 없다고 말씀드리고 싶습니다.

왜냐하면 문화는 육성하고 싶다고 커지고 그 안에서 슈퍼스타가 생겨나는 것이 아니기 때문이죠. 돌이켜 보면 우리는 모두 싸이가 나올 줄, BTS가 나올 줄 몰랐습



<사진4> UN홈페이지에 실린 BTS 인터뷰 영상

www.kci.go.kr

니다. 물론 오랜 기간의 투자와 노력들이 합쳐져 이뤄 낸 결과라고 볼 수 있지만 그 역시 정부나 지자체 혹은 특정 집단의 노력으로 된 것은 아니죠. 지금은 케이팝 시장을 선도하는 엔터회사와 아티스트들을 방해하지 않고 응원하는 것으로도 충분하다고 생각합니다. 세계 최고 수준의 전문가 집단들이 모여 결과물을 만들어내고 있는 상황이고 그들은 앞으로도 한 동안 그렇게 해낼 것으로 믿기 때문입니다. 물론 영원한 것은 없지만 말이죠.

다만 한 가지 바람은, 앞으로는 아이돌 걸그룹이 아닌 다른 장르의 음악에서도 세계적인 슈퍼스타가 나오는 것입니다. 그러면서 자연스럽게 서로 경쟁과 협업을 주고받는, 긍정적인 시너지가 창출되길 바라봅니다. ■

www.kci.go.kr